

وزن سینمای ایران در بازار جهانی

در بحث تحلیل و آسیب‌شناسی بازار فیلم سینمای ایران در جهان باید گفت اساسا سینمای ما به اصطلاح جزو کشورهای جنوب قرار می‌گیرد، یعنی فیلم‌های مستقل که ضد جریان اصلی سینما هستند و در دسته فیلم‌های شمال آفریقا، آمریکای لاتین، خاورمیانه و آسیای شرقی قرار دارد.
<#۴۷>
<#۴۷>

به گزارش سایت خبری پرسون، رامین رحیمی در یادداشتی نوشت:

در چند سال اخیر، بازار این فیلم‌ها به شدت محدود شده، چون مخاطب آن کاهش یافته است. طبیعتا خریدارها و نمایش‌دهنده‌های این فیلم‌ها هم کمتر شده است. حتی فستیوال‌های الف هم تحت‌تاثیر مخاطب جهانی و بازار جهانی قرار گرفته‌اند و وزن سینمای جریان اصلی و ستاره‌هایی که این جشنواره‌ها برای فرش قرمز و داورها دعوت می‌کنند و فیلم‌هایی که در فهرست بخش مسابقه قرار می‌دهند، بر جریان سینمای کشورهای جنوب غلبه دارد. این نمایشگری، بیشتر برای سینمای جهان اهمیت دارد. بنابراین بازار جهانی سینمای ایران محدودتر شده است، نهایتا به سالن‌های بسیار اندک در برخی کشورها که آن هم سالن‌های آلترناتیو سینما یا سالن اکران فیلم‌های مستقل هستند یا در تلویزیون‌هایی به نمایش درمی‌آیند که فیلم‌های فرهنگی، آرتیستیک و تجربی مثل آرته، زددی اف و ان‌اچ‌کی پخش می‌کنند. اساسا درآمدزایی این بازار و مخاطب آن هم کمتر شده است و این یک آسیب جهانی برای این سینما محسوب می‌شود.

از طرف دیگر روش‌هایی در این بازار وجود دارد که سینمای ایران بتواند آثار خود را عرضه کند. طبیعتا حضور در فستیوال‌های بزرگ و رده الف که بازارهای مهمی دارند و پخش‌کننده‌ها و خریداران مهم از شبکه‌های تلویزیونی و فستیوال‌های دنیا حضور پیدا می‌کنند، بسیار مهم‌تر است تا بازارهای محدود و منطقه‌ای.

من جشنواره جهانی فیلم فجر را جهانی و بین‌المللی نمی‌دانم، چون فستیوال جهانی تعریفی دارد که نمایش آثار روز جهانی بدون ممیزی و با حضور عوامل است. طبعاً داوران مطرحی از کشورهای جهان هم باید حضور داشته باشند. نمونه‌اش جشنواره جهانی فیلم تهران بود که سال‌ها قبل برگزار می‌شد که آثار ایرانی در کنار فیلم‌های بین‌المللی با حضور داورانی از کشورهای مختلف مورد قضاوت قرار می‌گرفت. طبیعتا افراد مهم و تاثیرگذار سینمای جهان هم دعوت می‌شدند که به توسعه سینمای ایران کمک کنند.

به‌طور بالقوه، اساسا هدف فستیوال‌ها در هر کشوری رونق سینمای ملی خودشان است و در وهله بعد معرفی آثار کمتر شناخته شده و کشف سینمای کشورهای دیگر. من این تعریف را درباره جشنواره جهانی فیلم فجر ندارم، بنابراین حتی بازار منطقه‌ای هم برای آن تعریف نشده است که بتوانیم حداقل مخاطب خاورمیانه را مدنظر قرار دهیم و سینماگران و فیلم‌هایی از این کشورها با رویکرد توسعه سینمای ملی ایران در آن شرکت کنند. منظور از سینمای ملی، همه فیلم‌هایی است که در ایران تولید می‌شود. متأسفانه این‌طور نیست و حتی در خاورمیانه هم سینمای بالیوود و هالیوود به‌خصوص در کشورهای عربی، بیشتر مخاطب دارند. بنابراین اکران فیلم‌های ما به سینه‌تک‌ها و آرت‌هاوس‌ها و فضاهای هنری این چنینی محدود شده است. البته گاهی برخی سینماهای فرهنگی در مناطق فرهنگی بعضی شهرهای منطقه مثل استانبول یا دبی، هم تعدادی از فیلم‌های ایرانی را نمایش می‌دهند که بیشتر مخاطبانش دانشجویان و علاقه‌مندان جدی‌تر سینما (سینه‌فیل‌ها) هستند.

این‌که ما چقدر در همه این سال‌ها توانسته‌ایم افراد و پخش‌کننده‌ها و خریداران مهم سینمای دنیا را دعوت کنیم، مشخصاً این‌طور نبوده است و تهیه‌کننده‌ها و پخش‌کننده‌های مهم جهانی به ایران نیامده‌اند. چون غالباً رویکرد ما فستیوالی بوده است و جشنواره‌های ما هم از دهه‌های ۷۰ و ۸۰ به جریان ضدسینمای اصلی جهان تبدیل شد. البته این جریان در دهه ۹۰ میلادی توانست به اوج خود برسد که در ۲۰ سال اخیر افت کرده است.

این‌که چقدر حضورهای ما در بازارهای فیلم جهانی مهم بوده، باید به این واقعیت اشاره کنیم که فستیوال‌های جهانی، دیگر کمتر با ارگان‌های دولتی ایران همکاری می‌کنند و باتوجه به پیشرفت اینترنت و فضای الکترونیک، آثار به‌صورت فایل در یک سایت، بارگذاری و برای فستیوال‌ها ارسال می‌شوند. یا احيانا زودتر از موعد، نماینده‌ای از فستیوال به ایران می‌آید (مثل خانم آنکه لوکه از جشنواره برلین) و فیلم‌ها را می‌بیند یا فستیوال‌ها، مشاور ایرانی دارند (مثل آقای حقیقت که سال‌ها با جشنواره کن همکاری می‌کرد) و ...

متأسفانه این را بگویم که فعالیت‌های ارگان‌های دولتی در حوزه بین‌المللی بیشتر بیلان کاری بوده و معمولاً این‌طور شده که مدیران و دست‌اندرکاران در این زمینه بیشتر یک رزومه‌کاری در طول سال ارائه دهند و ثبت کنند. طبیعتا این دوستان باید ماحصل فعالیت‌های خود را گزارش دهند که ما در فستیوال‌های مهمی حضور داشتیم و این اثرات را هم برای سینمای ایران ایجاد کردیم. چون ما همیشه با آمار بازی می‌کنیم و تعداد و کمیت مدنظرمان است.

اما باید نتیجه مهم باشد که ما چقدر توانستیم توان مالی سینمای ایران را گسترش دهیم، چقدر تولید مشترک استاندارد داشتیم، چقدر در معرفی فیلمسازان و ارزآوری برای سینمای ایران موفق عمل کرده‌ایم که متأسفانه این‌طور نبوده است. چون ما پروتکلی در زمینه فعالیت‌های فرهنگی با کشورهای دنیا نداریم و این ایزوله بودن، آسیب جدی به گسترش تجارت بین‌المللی سینمای ایران زده است.

نکته قابل اشاره دیگر این‌که غالب مهمان‌های خارجی جشنواره جهانی فجر هم با هزینه و بودجه جشنواره و برای پر کردن ویتترین و آمار دعوت می‌شوند، اما بیشتر فروشنده هستند تا خریدار و عمدتاً برای فروش محصولات خود به ایران می‌آیند.

ضمن این‌که در این سال‌ها شاهد تولیداتی به عنوان تولید مشترک سینمای ایران با برخی کشورها هستیم، در حالی‌که تولید مشترک تعریفی دارد و باید میزان سرمایه آورده کشورهای تولیدکننده اثر مشترک باشد و سودآوری هم در عرضه اتفاق بیفتد و نه فقط در تولید. یعنی همان‌طور که پارتنری از کشور دیگر داریم، به‌طور هم‌زمان در بحث پخش فیلم و مخاطب هم از آن کشور استفاده کنیم. متأسفانه در این بخش هم این‌طور نیست.

در این یک سال اخیر و به دلیل شیوع کرونا هم به‌شدت همه جا از جمله بازارهای سینما تعطیل یا دچار رکود است. سینمای ما به بعد از کرونا هم فکر نکرده و نمی‌داند چگونه و با چه آثاری به بازار فیلم جهان ورود کند.

این را هم صادقانه بگویم که بخش عمده حضورهای جهانی سینمای ما هم به‌خاطر تمایل کشورهای دیگر بوده است و به معنای تلاش و فعالیت ویژه ما نیست. همچنین به معنی این‌که فیلم‌های ما ویژگی خاصی دارند، نیست. طبعاً در این میان همیشه یک سری رویکردهای سیاسی هم برای حضور فیلم‌های ایران در فستیوال‌های اروپایی و اسکار وجود دارد. به‌جز این بحث تجربه‌گرایی و متفاوت بودن فرهنگ رسمی ما در ۴ دهه اخیر و شرقی بودن ما هم برای برخی فستیوال‌های غربی جالب بوده است.

به مرور گسترش شبکه‌های تلویزیونی و سرعت انتقال اطلاعات در رسانه‌ها، باعث تغییر سلیقه‌ها هم شده است، یعنی فیلم‌های داستان‌گوی قهرمان‌محور همچنان مخاطب دارند، تا جایی که حتی صدای اعتراض فیلمسازان مهم و مستقل آمریکایی همچون اسکورسیزی و کاپولا هم درآمده که فیلم‌های متفاوتی در جریان اصلی آمریکا ساخته‌اند.

کاش باتوجه به وضعیت موجود بازار سینمای جهان، بیشتر درباره بازاریابی جهانی سینمای ایران بحث و بررسی شود. سینمای ملی ما در این شرایط آسیب جدی دیده است. باوجود تعطیلی یک ساله اخیر، سینمای ایران فقط فیلم تولید کرده است و من متوجه این میزان اشتیاق برای تولید نمی‌شوم، درحالی‌که فضایی برای عرضه و نمایش وجود ندارد. چون ما تعریف تجاری و اقتصادی در سینمای نداریم، از ابتدا حضورهای بین‌المللی را هم پیش‌بینی نمی‌کنیم و نمی‌دانیم که می‌توان از زمان نوشتن فیلمنامه و تولید روی این حوزه متمرکز شد. معمولاً فیلمی ساخته می‌شود و بعد درباره آن یک بازاریابی اتفاق می‌افتد و احياناً فستیوالی آن را بپسندد یا نه.

به جز این‌ها، ما عملاً پخش‌کننده جهانی هم نداریم. به این عناوینی که دوستان به خودشان می‌بندند، کاری ندارم اما در فضای حرفه‌ای نهایت اتفاقی که می‌افتد، افرادی به عنوان واسطه، بین تهیه‌کننده و کمپانی‌های خارجی معرف خواهند بود. چون ما در کشورهای جهان، قدرت عملیات اجرایی و گرفتن سالن سینما و هزینه کردن تبلیغات و اعمال نفوذ در فستیوال‌ها را نداریم. فقط در حد معرفی فیلم است و آن‌ها براساس قوانین و سلايق خودشان تصمیم می‌گیرند فیلمی از ما را انتخاب کنند یا نه. ممکن است در نهایت یک پخش‌کننده اروپایی فیلم را بردارد و در کشور مبدا و احتمالاً کشورهای همجوار که جزو اتحادیه اروپا هستند، آن را طبق پروتکل و قدرت اجرایی خودش پخش کند و سینما بگیرد و یا با پخش‌کننده کشورهای مختلف درباره آن مذاکره و در فستیوال‌ها هم عرضه کند. به نظرم این هم نکته مهمی است و حالت همان عنوان تهیه‌کننده در سینمای ایران است که خیلی‌ها صرفاً آن را با خود یدک می‌کشند، درحالی‌که آن‌ها مدیر اجرایی هستند و ما در سینمای ایران به معنی دقیق و حرفه‌ای تهیه‌کننده نداریم.

امیدوارم با مطالبی که ذکر شد ما درباره پساکرونا و گسترش ظرفیت اقتصادی و جهانی سینمای ایران بیشتر تأمل کنیم.

منبع: جام جم